

доля ВВП в валовом выпуске уменьшилась на 26,4 %, а за второй возросла на 6,9 %. Это нам говорит о благоприятной тенденции. Доля национального дохода в ВВП за 2010–2011 гг. снизилась на 27,0 %, а в 2012 г. увеличилась на 12,3 %.

Что касается такого фактора, как доля ВВП в валовом выпуске, то за его счет в 2011 г. налоговые доходы снизились на 7 533,8 млрд руб., или на 16,8 %. Поскольку этот фактор учитывает материалоемкость валового выпуска товаров и услуг, то можно сделать вывод, что она возросла в 2011 г. по сравнению с 2010 г. и соответственно снизилась валовая добавленная стоимость, которая является налоговой базой для НДС. В 2012 г. наблюдается обратная тенденция. За счет данного фактора налоговые доходы увеличились на 4 441,3 млрд руб., или на 6,04 %. Материалоемкость снизилась в 2012 г. по сравнению с 2011 г.

Результаты проведенного факторного анализа являются основой для статистического обоснования управленческих решений. С их помощью определяются основные направления совершенствования системы налогообложения с учетом потенциальных возможностей региона, формируется перечень заданий и устанавливается необходимая последовательность их решения.

В целом факторный анализ налоговых поступлений в бюджет позволяет выявить проблемные места и наметить пути их изменения для увеличения объема доходной части бюджета.

Литература

1. Дашинская, Н. П. Статистика государственных учреждений : учеб. пособие. / Н. П. Дашинская; под ред. Н. П. Дашинской. – Минск : Издат. центр БГУ, 2008. – 271 с.

2. Валовой внутренний продукт. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators>. – Дата доступа : 15.09.2013.

3. Валовой выпуск товаров и услуг. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belstat.gov.by/homep/ru/publications/yearbook/2013/about.php>. – Дата доступа : 15.09.2013.

Интернационализация малых и средних предприятий через призму теории международного предпринимательства

*Чепик И. Н., магистрант БГЭУ,
науч. рук. Турбан Г. В., канд. эк. наук, доц.*

В настоящее время с каждым годом увеличивается число компаний, которые принимают решение о выходе на рынки зарубежных стран. Однако если

ранее основными игроками в мировой экономике являлись крупные предприятия, то с конца 1990-х гг. решение об *интернационализации* — как «переносе деловой экономической активности фирмы за пределы национально-государства в форме экспорта товаров, услуг и капитала» [1] — начинают принимать малые и средние предприятия (МСП). Поэтому представляется актуальным рассмотреть теоретические аспекты интернационализации с точки зрения их применения к интернационализации МСП.

Анализ трудов зарубежных и отечественных авторов показал, что основные теории интернационализации XX в. (теория международного жизненного цикла товара (1966), «Эклектическая парадигма» Дж. Даннинга (1970), теория трансакционных издержек Р. Коуза (1937) и О. Уильямсона (1985), У-модель (1977), инновационная модель Т. Кавусгила (1980), сетевая теория Ж. Йохансона и Л. Маттсона (1988) и др.) описывают преимущественно поведение крупных предприятий и транснациональных компаний, и применение их к фирмам малого и среднего бизнеса имеет ограниченный характер. Это связано с характеристиками МСП — отсутствием требуемых ресурсов, знаний, опыта; необходимостью конкурировать с отечественными и зарубежными крупными предприятиями; ограниченным доступом к финансированию и информации; а также с особой значимостью фигуры руководителя фирмы. Именно в рамках теории международного предпринимательства изучается предпринимательская активность руководителя/владельца как ключевого фактора развития и интернационализации МСП (М. Ковьелло, Х. Этемад, С. Захра, Б. Митгве, Б. Овиатт и П. МакДугалл и др.).

Западные экономисты Б. Овиатт и П. МакДугалл (2000) определили, что одним из основных условий для интернационализации небольшой компании является «международное предпринимательство» как «сочетание инновационного, инициативного и склонного к риску поведения, выходящего за национальные границы и направленного на создание экономических субъектов, производящих добавленную стоимость» [3]. Нельзя не согласиться, что положения формулировки предпринимательства применимы и к процессу интернационализации фирмы: высокий риск в условиях нестабильности зарубежных рынков; нестандартное поведение в «географически и психологически отдаленной» бизнес-среде; использование благоприятных возможностей инициативным и активно действующим предпринимателем/менеджером. Другими словами, согласно теории международного предпринимательства движущей силой интернационализации МСП является предприниматель, который, опираясь на свои знания и опыт, адекватно оценивает рыночные возможности и риски, эффективно использует располагаемые ресурсы для достижения конкурентного преимущества и способен установить устойчивые связи с другими участниками рынка (поставщиками и дистрибьюторами, конечными потребителями и конкурентами) для целей выхода за пределы национального рынка.

Теория международного предпринимательства часто рассматривается во взаимосвязи с теорией фирм, «рожденных глобальными» (П. МакДугалл (1994), Т. Мэдсен и П. Сервэ (1997), С. Андерссэн (2004)). Так, сотрудничество предпринимателя-новатора с носителями международного и управленческого опыта (бизнес-ангелами и венчурными фондами) приводит к созданию высокотехнологичных стартап-фирм, «рожденных глобальными». Экспортную деятельность такие МСП начинают в течение трех лет с момента основания, а доля экспорта в объеме продаж составляет не менее 25 % [2]. На высокую скорость интернационализации «международных новых компаний» влияет цель такой компании, которая, согласно П. МакДугаллу, заключается в «получении конкурентного преимущества на основе приобретения ресурсов и сбыта продукции во многих странах с самого начала» [3]. В этой связи интересен опыт создания и развития компаний из Парка высоких технологий, доля экспорта услуг которых превышает 87 % от общего объема.

Таким образом, на скорость и степень интернационализации фирм малого и среднего бизнеса влияет ряд факторов, однако глобальное видение и оценка своей деятельности предпринимателем, инициатива, международный опыт управления и знание о внешних рынках определяют стратегию международного развития МСП.

Литература

1. Данильченко, А. В. Эмпирические исследования интернационализации предпринимательства / А. В. Данильченко. – Мозырь : Белый ветер, 1997. – 15 с.
2. Knight, G. A., Cavusgil, S. T. The Born Global Firm: A Challenge to Traditional Internationalization Theory / G. A. Knight, S. T. Cavusgil // *Advances in International Marketing*. – Greenwich : JAI Press, 1996. – Vol. 8. – P. 11–26.
3. McDougall, P. P., Oviatt, B. M. International Entrepreneurship : The Intersection of Two Research Paths / P. P. McDougall, B. M. Oviatt // *Academy of Management Journal*. – 2000. – Vol. 5. – P. 902–906.

Лизинг как форма инвестирования и финансирования в Республике Беларусь

*Щербач Н. М., студ. IV к. БГЭУ,
науч. рук. Скриба С. И., канд. эк. наук, доц.*

Лизинг — это вид инвестиционной деятельности, при котором лизингодатель (лизинговая компания) приобретает у поставщика оборудование (предмет лизинга) и затем сдает его в аренду за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях лизингополучателю (клиенту) с последующим переходом права собственности к лизингополучателю.